

MAKNA VISUALITAS SURABAYA DALAM DESAIN JENAMA CAK-CUK: ANALISIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES

Wildan Wahyudinata dan Irsyad Maulana Al Faruq

Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga;

wildan.wahyudinata-2019@fib.unair.ac.id; mukirsad@gmail.com

DOI: 10.17510/paradigma.v10i2.399

ABSTRACT

This research aims to reveal the visual meanings behind Cak Cuk product designs. Cak Cuk is a brand of clothing and accessories from Surabaya City. Its products such as T-shirts or bags typically display various designs with Surabaya-related themes. This research used the qualitative research method by gathering and analyzing the designs displayed on various Cak Cuk products. The data, which consisted of various visual texts and verbal texts, were analyzed using concepts from Roland Barthes' semiotic theory: denotation, connotation, and myth. The results show that both visual texts and verbal texts contained in those Cak Cuk designs represent the condition and identity of Surabaya City. These visual meanings include Surabaya's historical association with heroism, preservation of cultural objects such as historical buildings, the tough characteristic of the Surabayans and their great sense of brotherhood, and appreciation to Surabaya's culinary traditions.

KEYWORDS

Design; visual meaning; cak cuk; Surabaya City.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengungkapkan makna visual desain produk jenama Cak Cuk. Cak Cuk merupakan salah satu jenama pakaian dan aksesoris dari Kota Surabaya. Desain produknya seperti kaos atau tas bertemakan identitas Kota Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui identifikasi desain produk-produk jenama Cak Cuk. Data yang berupa teks visual dan verbal dalam desain produk dianalisis dengan menggunakan teori semiotik Roland Barthes, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teks visual dan teks verbal dalam desain produk-produk Cak Cuk memiliki makna visual yaitu menggambarkan kondisi dan identitas Kota Surabaya yang berhubungan dengan sejarah kepahlawanan, cagar budaya seperti bangunan bersejarah, representasi sifat masyarakat Kota Surabaya yang keras dan penuh rasa persaudaraan, serta kebiasaan dalam mengapresiasi kuliner tradisional Kota Surabaya.

KATA KUNCI

Desain; makna visual; Cak Cuk; Kota Surabaya.

1. PENDAHULUAN

Identitas suatu kota bisa dihadirkan pada desain yang ada dalam produk-produk yang dikonsumsi oleh masyarakat seperti kaos atau kerajinan tangan. Desain pada suatu produk merupakan sebuah simbol atau tanda yang memiliki makna tertentu. Roland Barthes mengatakan bahwa desain pada suatu produk merupakan sebuah tanda untuk dapat dipahami dan disampaikan karena di dalamnya terdapat teks visual serta teks verbal yang dapat dimaknai secara ilmiah (Barthes 2010). Desain dapat ditemukan pada produk-produk yang sering dikonsumsi oleh masyarakat yang dalam hal ini disebut produk budaya populer. Di era modern ini, hampir setiap hari kita menjumpai produk budaya populer, yaitu sesuatu yang sedang menjadi tren di masyarakat, seperti fesyen, kuliner, media, iklan, musik, film, dan gaya hidup. Penelitian dalam kajian budaya kontemporer berfokus pada analisis produk-produk budaya populer baik barang maupun jasa yang ditinjau dari perkembangan, fungsi, tujuan, makna, serta permasalahan di dalamnya. Kajian budaya lebih banyak menggali makna atau menelaah sebuah representasi yang berasal dari praktik-praktik pemaknaan (Barker 2014). Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis atas pemaknaan terhadap produk-produk budaya itu. Topik penelitian ini adalah pengkajian tentang fesyen kontemporer sebagai salah satu produk budaya populer dan sebagai sebuah praktik pemaknaan pada salah satu jenama atau *brand* populer di Kota Surabaya.

Jika melihat budaya suatu daerah berdasarkan ciri khas pakainya, tentu setiap daerah mempunyai baju adat tradisional daerah masing-masing yang mungkin sudah ada sejak dahulu kala. Namun, pada era modern ini, produk-produk populer seperti fesyen kontemporer mulai bermunculan dan dikonsumsi oleh masyarakat. Produk itu merupakan hasil imitasi, modifikasi, atau serapan dari budaya lain, tetapi masih mempertahankan unsur-unsur lokalnya. Fesyen populer merupakan bentuk subkultur anak muda masa kini yang memandang fesyen sebagai salah satu unsur penting untuk menunjukkan identitasnya yang tentu berbeda dengan kelompok lain (Sugihartati 2017). Produk-produk fesyen dapat merepresentasikan budaya dari daerah tertentu, misalnya Dagadu dari Yogyakarta atau Joger dari Bali. Surabaya juga mempunyai produk fesyen kontemporer yaitu Cak Cuk. Dalam hal ini, jenama itu memunculkan desain yang berupa gambar dan tulisan. Desain merupakan bentuk gambar atau pola yang berfungsi untuk mengarahkan produk budaya ke dalam sebuah tanda (Berger 2010). Biasanya jenama yang bergerak dalam industri sandang, merancang desain dengan memperhatikan bentuk, tema, dan warna untuk menghasilkan makna atau konotasi yang diinginkan. Perancang desain biasanya juga menambahkan unsur estetis atau hal yang sedang menjadi tren dalam masyarakat. Penambahan itu berfungsi sebagai strategi untuk menarik minat calon pembeli atau konsumen.

Kajian budaya tentang representasi berfokus pada pembahasan tentang bagaimana objek-objek di dunia nyata digambarkan menjadi simbol atau tanda. Simbol merupakan sebuah bentuk pesan yang diintegrasikan ke dalam proses komunikasi sosial (Hall, Hobson, Lowe, & Willis 2017). Dalam hal ini penggambaran objek ke dalam sebuah simbol tentu saja memiliki maksud dan tujuan tertentu, di antaranya ingin menyampaikan pesan atau makna yang terdapat dalam kehidupan sosial. Sebuah simbol atau tanda yang berupa bahasa, benda, atau gambar, dapat merepresentasikan kondisi sosial budaya sebuah daerah. Desain sangat menentukan makna yang dimunculkan oleh sebuah produk. Salah satu produk yang memaksimalkan desain sebagai sebuah senjata untuk merepresentasikan makna adalah produk fesyen. Desain fesyen kontemporer diciptakan untuk menyampaikan makna tertentu yang biasanya merupakan desain unik dan memiliki ciri khas untuk menarik minat konsumen pada produk itu.

Penelitian tentang desain dalam produk fesyen telah banyak dilakukan, tetapi penelitian yang membahas tentang jenama fesyen asal Surabaya belum banyak dilakukan. Adapun penelitian yang membahas desain dalam produk fesyen berkaitan dengan ciri khas, identitas, atau kondisi sosial di antaranya dilakukan oleh Atiqa Khaneef Harahap (2013), Sri Wahyuningtyas (2017), Sulyana Dadan (2019), Agus Surya Adhitama (2013), dan Yudi Kiswanto (2019). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Harahap, objek yang digunakan adalah kaos Tauko Medan. Peneliti menjelaskan bahwa desain-desain yang terdapat pada kaos Tauko Medan merupakan representasi dari watak masyarakat Medan yang terkenal berani, tegas, menantang, dan kasar. Penelitian itu berhasil mengungkap watak masyarakat Medan, tetapi analisisnya tidak sepenuhnya mengungkap keseluruhan aspek kehidupan masyarakat Medan seperti sejarah dan lain sebagainya sehingga penelitiannya hanya berfokus pada kondisi psikologis atau watak masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningtyas adalah kaos Dagadu asal Yogyakarta. Penelitiannya mengarah pada pesan-pesan moral melalui teks-teks verbal yang ada dalam desain kaos Dagadu. Kalimat-kalimat pada kaos Dagadu menyampaikan kritik sosial, antara lain terhadap keadaan ekonomi, politik, sosial, budaya, dan kesehatan. Penelitian itu berfokus pada analisis desain dalam fesyen sebagai media untuk menyampaikan pesan dan kesan yang dikemas dalam kata-kata yang bersifat mengkritik. Dengan demikian penelitian tersebut belum mengulas bagaimana sebuah jenama fesyen menggambarkan keadaan masyarakat atau suatu daerah, khususnya Surabaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Dadan adalah kaos oblong Banyumasan. Kaos tersebut menggambarkan masalah masyarakat Banyumas. Isu-isu yang sedang menjadi pembicaraan atau situasi sosial yang berpengaruh pada kehidupan masyarakat Banyumas tergambar dalam kaos oblong Banyumasan. Penelitian itu hanya terfokus pada masalah-masalah sosial yang sedang terjadi di Banyumas dan belum sepenuhnya mengungkapkan bagaimana produk fesyen mampu menggambarkan keadaan sosial budaya suatu masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Adhitama adalah salah satu jenama yang terkenal di daerah Bali yaitu Joger. Dalam hasil penelitiannya, produk Joger didominasi oleh teks verbal yang merepresentasikan ekspresi tertentu, seperti ajakan, permintaan atau saran, kritik, dan pujian. Penelitian itu mampu mengungkap makna-makna teks verbal yang terdapat dalam desain jenama Joger, tetapi belum ada analisis lanjutan yang mengungkapkan bagaimana jenama joger menggambarkan kehidupan di Bali. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Kiswanto adalah kaos remaja Sampang yang mengomunikasikan gagasan anak muda Sampang. Kaos itu menjadi media untuk menyampaikan watak para pemuda yang ada di Sampang (Kiswanto 2019). Dari penelitian itu dapat disimpulkan bahwa kaos menjadi media untuk menyampaikan gagasan pada golongan masyarakat tertentu yaitu para anak muda. Dengan demikian, penelitiannya hanya berfokus pada bagaimana produk fesyen dikonsumsi oleh lapisan masyarakat tertentu dan belum ada kaitannya dengan gambaran kehidupan di daerah setempat. Dari beberapa penelitian itu dapat disimpulkan bahwa belum ada penelitian yang mengungkap bagaimana desain dalam produk fesyen kontemporer merepresentasikan identitas suatu daerah tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengungkapkan cara sebuah jenama fesyen menjadi media untuk menggambarkan identitas suatu daerah, yaitu Surabaya.

Sumber data penelitian ini adalah produk-produk dalam jenama fesyen kontemporer Surabaya yaitu Cak Cuk. Jenama Cak Cuk memproduksi berbagai macam produk, seperti kaos, topi, tas, gantungan kunci, dompet dengan desain berupa gambar, simbol, dan kata-kata. Produk berjenama Cak Cuk bertempat di Jalan Dharmawangsa Nomor 35, Airlangga, Kec. Gubeng, Kota Surabaya, Jawa Timur. Jenama Cak Cuk sendiri diluncurkan pada 2005 oleh Dwita dan Hendra. Peneliti menganalisis teks visual dan teks verbal yang ada dalam desain produk Cak Cuk, yaitu kaos dan tas.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkapkan makna visual dalam sebuah produk fesyen. Dengan menggunakan teori Semiotika Roland Barthes dalam konsep denotasi, konotasi, dan mitos, peneliti

menganalisis bagaimana produk-produk itu dirancang untuk merepresentasikan identitas suatu daerah. Masalah penelitian ini adalah apa makna visualitas kota Surabaya dalam jenama Cak Cuk.

2. KERANGKA TEORETIS DAN METODE PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada simbol atau tanda yang ada dalam desain jenama Cak Cuk. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui identifikasi desain produk Cak Cuk Surabaya, yaitu kaos dan *tote bag*. Melalui penelitian kualitatif, peneliti mencoba memahami fenomena yang dialami oleh manusia dan kemudian menganalisisnya guna memperoleh pemikiran, persepsi, motivasi, atau makna pada suatu produk (Moleong 2017). Data dalam penelitian ini berupa teks visual dan teks verbal dalam desain produk Cak Cuk seperti desain dalam kaos dan tas. Data itu dianalisis dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes dengan konsep denotasi, konotasi, mitos, atau metabahasa.

Berikut ini uraian dari konsep-konsep tersebut.

- Konsep Denotasi:

Roland Barthes (2012, 91–93) mengungkapkan bahwa denotasi merupakan teori pemaknaan secara harfiah. Pemaknaan denotatif mengacu pada pemahaman sesuatu secara universal. Setiap objek dapat dikenali oleh banyak orang dan memiliki makna yang telah disepakati secara umum, misalnya ketika orang melihat kursi, makna secara umum atau denotasi dari objek kursi adalah sebuah benda yang berfungsi sebagai tempat duduk. Makna yang tersemat dalam objek kursi telah menjadi bagian dari pemahaman masyarakat luas tentang fungsi dan kegunaan kursi.

- Konsep Konotasi

Konotasi merupakan teori analisis pemaknaan yang lebih luas. Pemaknaan konotasi merupakan tahap kedua dari semiotika Barthes (2012, 93). Pemaknaan konotatif mengacu pada interpretasi sebuah objek yang berkaitan dengan perasaan, emosi, dan kondisi budaya pembaca sesuai dengan budaya lingkungannya. Setiap pembaca yang tinggal di suatu tempat tentu saja memiliki budaya yang berbeda. Oleh karena itu, pemaknaan konotatif didasarkan pada pemaknaan bebas bergantung pada budaya setempat. Misalnya, ketika mendengar teks verbal yang berupa ungkapan umpatan suatu daerah, maknanya hanya dapat dipahami oleh mereka yang tinggal di tempat itu dan memiliki budaya yang sama.

- Konsep Mitos atau Metabahasa

Mitos adalah sistem yang terbentuk dari serangkaian rantai semiologis terdahulu. Pemaknaan mitos dilakukan secara lebih mendalam. Mitos atau metabahasa merupakan konsep teoretis untuk menggali makna yang lebih dalam daripada denotasi atau konotasinya, berdasarkan nilai-nilai sosial, realitas sosial, ataupun kesejarahan objek itu sendiri (Barthes 2011, 155–165). Pemaknaan melalui konsep mitos atau metabahasa, misalnya melihat asal-usul, realitas, atau sejarah sebuah objek. Penelusuran asal-usul itu dapat dikaitkan dengan kondisi atau realita terdahulu. Misalnya dalam pemaknaan ungkapan umpatan, pembaca, atau pendengar perlu memahami mengapa ungkapan itu merupakan umpatan, merujuk ke manakah? Apakah merujuk ke suatu cerita, pengalaman manusia, atau benda yang jelek, kotor, dan gagasan yang tabu. Dalam contoh lain, ketika terdapat teks verbal *dia adalah raja hutan*, pembaca perlu memahami mengapa

dia disebut *raja hutan*. Dalam realitas atau cerita terdahulu, konteks *raja hutan* merujuk pada realitas hutan tempat bagi binatang buas bertarung, berebut makanan, ada yang lemah dan ada yang kuat. Yang paling kuat di antara para binatang disebut sebagai *raja hutan*. Sebutan *raja hutan* yang disematkan pada subjek *dia* merujuk pada sifat-sifatnya yang ganas, brutal, berani, dan dikenal sebagai penguasa. Oleh karena itu, pada tahap analisis mitos, realitas, asal-usul, atau sejarah sangat penting dalam menentukan makna dari suatu objek.

Dalam bukunya yang berjudul *The Fesyen System*, Barthes (1967) menjelaskan bahwa busana merupakan salah satu media untuk menyampaikan makna tertentu sehingga terdiri dari sejumlah tipe, di antaranya *image fashion*, *written fashion*, dan *real clothing*. Bentuk busana yang bermacam-macam memiliki makna konotatif untuk menyampaikan makna tertentu sehingga terkadang busana didesain dengan gambar, fotografi, kata, atau tulisan yang memiliki makna untuk mendeskripsi hal tertentu yang ada dalam kehidupan nyata. Dalam desain jenama Cak Cuk terdapat gambar dan kata. Peneliti membagi data menjadi dua jenis yaitu teks visual atau bentuk, dan teks verbal atau kata-kata yang kemudian dianalisis dengan konsep denotasi, konotasi, mitos, atau metabahasa.

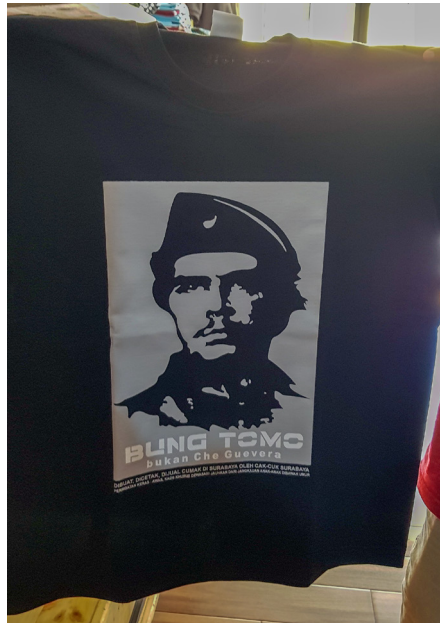
3. PEMBAHASAN

Jenama Cak Cuk memiliki produk, seperti kaos dan tas, yang diproduksi dengan berbagai desain. Berdasarkan penelusuran peneliti pada 17 November 2019 di toko Cak Cuk di beberapa tempat di Surabaya, tersedia berbagai produk dengan beberapa desain. Desainnya bertemakan Kota Surabaya. Desain itu dibuat sangat menarik yang terbagi dalam beberapa jenis, yaitu sejarah, tempat, bahasa keseharian, ungkapan umpatan, serta makanan khas Kota Surabaya. Desain pada produk Cak Cuk memiliki teks visual dan teks verbal yang dapat dimaknai secara ilmiah. Oleh karena itu, pada bab pembahasan ini, peneliti menganalisis makna teks visual dan teks verbal itu berdasarkan jenis desain. Dengan memanfaatkan konsep teoretis Roland Barthes, yaitu denotasi, konotasi, serta mitos, berikut uraiannya.

3.1 Sejarah Kota Surabaya dalam Jenama Cak Cuk

Dalam tulisan Barthes (1967), busana berdenotasi alat yang digunakan untuk melindungi tubuh manusia dari panas atau dingin, dan busana ternyata juga memiliki makna konotatif dan mitos terutama yang berkaitan dengan bentuk dan tampilannya yang seolah-olah ingin mengekspresikan sesuatu. Seperti yang dikatakan oleh Barthes, gambar, foto, atau kata dalam produk busana memiliki sebuah pesan simbolis sehingga peneliti menganalisis tampilan visual dan verbal pada produk kaos Cak Cuk. Dari sudut semiotik, tahap pertama, yaitu denotasi, desain kaos Bung Tomo merujuk pada gambar atau teks visual seorang laki-laki yang menggunakan peci yang sering dijumpai di Indonesia. Makna denotatif topi yang dipakai orang itu adalah biasanya dipakai oleh tentara atau aparat hukum yang sedang bertugas. Namun, di sisi lain, topi itu juga bermakna sebagai topi atau peci yang biasanya dipakai oleh laki-laki muslim di Indonesia ketika mereka akan menunaikan ibadah dan juga digunakan dalam keseharian untuk menandakan bahwa mereka adalah muslim. Dalam penelitian terdahulu, pakaian dapat mengidentifikasi agama yang dianut seperti orang Islam yang biasanya menggunakan peci atau jubah (Najiyah 2019). Teks verbal atau kata-kata yang terdapat pada desain itu *Bung Tomo Bukan Che Guevara*, menunjukkan bahwa ingin mendeskripsikan tokoh laki-laki dalam desain kaos itu mengacu pada dua tokoh pahlawan, yaitu Bung Tomo dan Che Guevara. Kata

bukan menunjukkan bahwa gambar tokoh pahlawan merujuk pada tokoh Bung Tomo, bukan pada tokoh Che Guevara meskipun desain gambar sekilas mirip dengan foto Che Guevara yang selama ini dikenal oleh masyarakat. Dengan demikian, kata *bukan* menekankan pengetahuan masyarakat tentang tokoh Bung Tomo.



Gambar 1. Desain Kaos Cak Cuk Bung Tomo (Sumber: Dokumentasi Peneliti/Wildan & Irsyad 2019).

Pada tahap semiotik yang kedua, desain kaos Bung Tomo juga memiliki makna konotatif. Teks visual seorang laki-laki dengan tatapan gagah dan berwibawa serta memakai peci dimaknai sebagai gambaran seorang pahlawan. Di Indonesia, biasanya dokumen sejarah berupa foto pahlawan, kebanyakan ditunjukkan dengan seorang yang gagah dengan menggunakan pakaian seperti pejuang kemerdekaan mulai dari baju hingga tutup kepala. Busana itu menjadi pemahaman di Indonesia bahwa orang yang diabadikan dengan foto, dokumen sejarah, atau lukisan dengan berpakaian seperti pejuang kemerdekaan merupakan pahlawan negara. Penelitian terdahulu tentang tokoh pahlawan yang dimuat dalam teks visual menjelaskan bahwa sebagai pengingat jasa para pahlawan biasanya pahlawan diabadikan dalam lukisan atau gambar (Nova, Uska, & Zai 2012). Dalam desain kaos Cak Cuk Bung Tomo, terlihat memakai atribut militer yang berupa peci yang dalam pemaknaan konotatif, melambangkan seseorang yang aktif dalam bidang kemiliteran, memiliki jiwa kepahlawanan, dan beridentitas pejuang dalam membela negara. Seseorang yang terlibat dalam dunia militer dan telah berjasa pada negara biasanya diabadikan dalam sebuah lukisan atau gambar dengan memakai peci atau atribut kemiliteran seperti yang tergambar dalam desain kaos Bung Tomo. Tatapan yang gagah dan berani menunjukkan jiwa kepahlawanannya dan memegang erat konsep nasionalisme. Melalui teks verbal *Bung Tomo* yang ditulis di bawah gambar, pada umumnya, masyarakat Surabaya memahami beliau sebagai sosok yang berjasa bagi Kota Surabaya. Teks verbal *Bukan Che Guevara* semakin menunjukkan bahwa gambar laki-laki itu terkait dengan konteks kepahlawanan. Dalam ranah semiotik, kalimat itu memiliki makna konotatif yang mengacu pada seseorang yang mempunyai peran sebagai pahlawan.

Desain kaos Cak Cuk Bung Tomo pada akhirnya juga memiliki mitos yang merepresentasikan identitas Kota Surabaya. Karena berdasarkan asal-usul dan sejarah, Kota Surabaya merupakan tempat bagi Bung Tomo untuk membangkitkan masyarakat kota Surabaya dalam melawan penjajah Belanda pada 10 November 1945. Timbullah salah satu asumsi tentang identitas Kota Surabaya yang merujuk pada kisah

perjuangan dan jasa Bung Tomo yang berhasil merebut Kota Surabaya dari tangan penjajah. Warna hitam dan abu-abu pada kaos menunjukkan suasana kelam pada masa itu. Kisah itu selalu diingat oleh masyarakat Kota Surabaya dengan cara mengabadikannya dalam gambar, bahkan pada suatu waktu pernah diadakan seni pertunjukan tentang perjuangan Bung Tomo di Tugu Pahlawan Kota Surabaya. Penelitian terdahulu berupaya mengungkapkan cara seorang tokoh pahlawan dikenalkan oleh publik. Dalam penelitian itu dijelaskan bahwa, meskipun ada tokoh lain dalam pertempuran 10 November di Surabaya, Bung Tomo adalah pahlawan yang paling diingat oleh sebagian besar masyarakat Kota Surabaya, terutama anak sekolah (Chandra, Karsam, & Yursima 2017). Karena keterlibatannya dalam perjuangan kemerdekaan, Bung Tomo menjadi sosok pahlawan yang selalu diingat oleh masyarakat kota Surabaya. Bahkan namanya telah dijadikan nama beberapa tempat penting di Kota Surabaya. Dalam pemaknaan tahap mitos, gambar Bung Tomo yang dimunculkan dalam desain kaos Cak Cuk merepresentasi identitas Kota Surabaya karena berdasarkan penelusuran fakta sejarah dan realitas, Kota Surabaya erat kaitannya dengan kisah Bung Tomo sebagai pahlawan serta tokoh yang paling berpengaruh di Kota Surabaya pada masa lampau. Selain desain itu, Cak Cuk juga masih memiliki desain lain tentang kepahlawanan.



Gambar 2. Desain Kaos Cak Cuk Stadion Djembatan Merah (Sumber: Dokumentasi Peneliti/Wildan & Irsyad 2019).

Dalam pemaknaan denotatif, *Stadion Djembatan Merah Soerabaja* dimaknai sebagai arena olahraga. Makna teks verbal *Stadion* secara denotatif adalah bangunan yang di dalamnya terdapat lapangan sepak bola serta dikelilingi tribun penonton. Sementara itu, makna teks verbal *Djembatan Merah* adalah jembatan yang berwarna merah. Dalam makna denotatif, Stadion Djembatan Merah memang memiliki dua makna yang berbeda serta memiliki dua arti harfiah yang berbeda juga. Ketika kedua unsur itu digabungkan, keduanya memiliki arti denotatif stadion yang bernama jembatan merah. Di bawah kalimat Stadion Djembatan Merah, terdapat dua teks visual yaitu logo tim sepak bola Persebaya dan juga tim sepak bola Manchester United. Logo itu menunjukkan bahwa telah terjadi pertandingan tim *Persebaya*, dengan tambahan teks verbal *Bonek Surabaya* melawan Manchester United dengan tambahan teks verbal *Holigan Inggris* di Stadion Djembatan Merah dengan skor 2-1, dengan keterangan *Date: 10 November 1945*. Tercantum juga pemain tim dengan

nama Bung Tomo, Doel Arnowo, serta A.W.S. Mallaby dengan deskripsi *Tewas*. Makna denotatif dalam desain ini adalah penjelasan tentang pertandingan sepak bola biasa.

Desain kaos Cak Cuk, Stadion Djembatan Merah juga memiliki makna konotatif, yaitu perlawanan masyarakat kota Surabaya terhadap penjajah Inggris. *Stadion Djembatan Merah Soerabaja* adalah sebuah tanda tentang tempat terjadinya perlawanan terhadap penjajah di Surabaya atau di Jembatan Merah. Jembatan Merah telah menjadi saksi kejadian perlawanan masyarakat Surabaya terhadap penjajah Inggris, bahkan Jembatan Merah juga telah diangkat menjadi sebuah lagu yang diciptakan oleh Gesang. Lagu itu menceritakan Jembatan Merah yang ada di Kota Surabaya. Logo tim sepak bola Persebaya dan diperjelas dengan tulisan *Bonek Surabaya* dan *Bung Tomo* merepresentasikan masyarakat Kota Surabaya, sedangkan logo Manchester United yang diperkuat dengan teks *Holigan Inggris* dan *A.W.S. Mallaby* merujuk pada pemahaman tentang penjajah yang datang dari Inggris karena Inggris merupakan salah satu negara yang pernah menjajah Indonesia, khususnya Surabaya. Nama A.W.S. Mallaby merujuk pada salah satu tokoh penjajah yang terlibat dalam pertempuran atas perlawanan yang dilakukan oleh masyarakat Kota Surabaya terhadap penjajah. Tulisan 2-1 pada desain dan juga kata *Tewas*, merupakan tanda bahwa pada saat pertempuran pihak penjajah Inggris dinyatakan kalah sesuai dengan catatan sejarah kota Surabaya bahwa Aubertin Walter Sothorn Mallaby tewas dalam pertempuran.

Pada tahap semiotik ketiga, yaitu mitos, desain kaos Stadion Djembatan Merah merepresentasikan kisah tentang masyarakat Kota Surabaya dalam melawan penjajah Inggris yang bertempat di Jembatan Merah. Berdasarkan fakta sejarah, jembatan itu memiliki nilai-nilai sejarah perjuangan kemerdekaan karena banyak pejuang yang gugur di tempat itu. Kisah tersebut dimunculkan dalam desain kaos dengan teks verbal *Stadion Djembatan Merah*, *Bonek Surabaya*, *Holigan Inggris*, *Bung Tomo*, *A.W.S. Mallaby*, dan logo sepak bola Persebaya dan Manchester United. Kondisi pertempuran masyarakat Kota Surabaya dengan orang Inggris telah diperkuat dengan logo tim Persebaya dan Manchester United yang mewakili tokoh *Bung Tomo* dan juga *A.W.S. Mallaby* seperti dideskripsikan di bawah logo. Kedua tokoh itu bukan pemain sepak bola, melainkan tokoh yang terlibat dalam sejarah pertempuran Kota Surabaya melawan penjajah.

Dari analisis tersebut, makna visual dalam kedua desain kaos Cak Cuk *Bung Tomo* dan *Stadion Djembatan Merah* menggambarkan fakta bahwa Kota Surabaya identik dengan sejarah kepahlawanan, terutama sejarah Bung Tomo, yang banyak dikenang oleh masyarakat Kota Surabaya serta peristiwa pada saat perlawanan untuk mengusir penjajah. Jenama Cak Cuk ingin menyampaikan identitas Kota Surabaya melalui desain tentang seorang tokoh pahlawan yang sangat berjasa bagi Kota Surabaya serta peristiwa yang menjadi bukti pergerakan masyarakat Kota Surabaya pada masa lalu. Melalui fesyen, jenama Cak Cuk menggabungkan sebuah pengetahuan sejarah Kota Surabaya dan produk budaya kontemporer sehingga tercipta sebuah makna visual tentang identitas Kota Surabaya.

3.2 Tempat Bersejarah Kota Surabaya dalam Jenama Cak Cuk

Desain ini memunculkan teks visual gambar tugu, gedung bersejarah yang merupakan ikon Kota Surabaya. Denotasinya adalah properti atau aset milik pemerintah kota. Tugu merupakan sebuah bangunan yang berfungsi sebagai tanda suatu daerah, tanda peristiwa sejarah, atau sebagai benda untuk mengenang tokoh yang berjasa pada daerahnya; sedangkan bangunan atau gedung bersejarah merupakan saksi bisu sebuah peristiwa sejarah yang terjadi di lokasi kejadian. Maksud dari saksi bisu adalah unsur selain pelaku yang memiliki keterlibatan dalam sebuah peristiwa sejarah serta menjadi bagian dari peristiwa itu yang berupa benda ataupun lokasi. Selain itu, makna denotatif dari bangunan itu adalah bangunan lama yang sengaja dibangun pada masa lampau. Teks verbal yang terdapat pada desain Cak Cuk Ikon Kota Surabaya

di antaranya *Ik zal jou nooit meer vergeten, Soerabaja ... Soerabaja ... Aku tak pernah melupakanmu* menandakan bahwa teks visual yang ditampilkan berupa tugu, gedung atau bangunan memiliki keterkaitan dengan konteks sejarah Kota Surabaya.



Gambar 3. Desain Kaos Cak Cuk Tempat Bersejarah Kota Surabaya.
(Sumber: Dokumentasi peneliti/Wildan & Irsyad 2019).

Teks visual yang berupa tugu, bangunan, dan ikon kota lainnya yang terdapat dalam desain Cak Cuk tersebut berkonotasi sejarah Kota Surabaya. Tampak jelas pada kaos berwarna merah terdapat gambar Tugu Pahlawan, Balai Pemuda Surabaya, Hotel Majapahit, Balai Kota Surabaya, Pintu Air Jagir dan pada kaos yang berwarna biru terdapat gambar ikon kota surabaya, yaitu patung Hiu dan Buaya. Berdasarkan pemahaman masyarakat setempat, bangunan-bangunan tersebut memiliki nilai kesejarahan tersendiri dan menjadi kebanggaan masyarakat Kota Surabaya. Tugu Pahlawan terletak berdekatan dengan kantor Gubernur Jawa Timur dan pertama kali digagas pembangunannya oleh Doel Arnowo yang pada saat itu menjabat sebagai Kepala Daerah Kota Surabaya. Tugu Pahlawan didirikan untuk mengenang peristiwa pertempuran 10 November 1945. Sementara itu, bangunan yang lain seperti Balai Pemuda, Hotel Majapahit, Balaikota, Pintu Air Jagir, merupakan bangunan lama yang berdiri pada masa Kota Surabaya tempo dulu yang masih kokoh berdiri hingga sekarang. Teks verbal yang berbunyi *Ik zal jou nooit meer vergeten* (saya tidak pernah melupakanmu) diperjelas dengan teks verbal *Soerabaja ... Soerabaja ... Aku Tidak Akan Pernah Melupakanmu*. Pernyataan itu merupakan kutipan dari bahasa Belanda yang memiliki makna konotatif. Konteks kebelandaan merujuk pada pemahaman dan ingatan masyarakat tentang kolonialisme masa lalu di Kota Surabaya yang meninggalkan budaya Belanda yang masih melekat sampai sekarang. Bahasa Belanda masih diingat, bahkan bangunan lama juga masih kental bernuansa arsitektur Belanda.

Kota Surabaya juga identik dengan patung hiu dan buaya. Bahkan, patung itu menjadi logo dari pemerintahan Kota Surabaya. Patung tersebut memiliki makna konotatif sebagai simbol awal mula berdirinya Kota Surabaya yang telah menjadi foklor yang unik bagi Kota Surabaya. Berdasarkan pemahaman masyarakat Kota Surabaya, patung Hiu dan Buaya dikorelasikan dengan cerita perkelahian antara hiu dan buaya yang sedang berebut daerah kekuasaan untuk mencari mangsa. Hiu yang bernama Sura berkelahi dengan buaya karena hiu melanggar peraturan atas daerah kekuasaan yang telah disepakati oleh mereka

berdua. Dari peristiwa itu muncul istilah *Sura* dan *Baya* yang akhirnya menjadi cikal bakal nama Kota Surabaya. Teks verbal *Soerabaja* yang juga ditulis dengan aksara Jawa juga merupakan konotasi yang jelas tentang representasi masyarakat Surabaya yang sebagian besar masih menggunakan bahasa Jawa khas Kota Surabaya dalam berkomunikasi sehari-hari.

Makna mitos atau metabahasa pada desain Cak Cuk tempat bersejarah Kota Surabaya, berdasarkan penelusuran fakta di lapangan dan catatan sejarah, Kota Surabaya memiliki bangunan kuno yang masih dilestarikan dan dialihfungsikan sebagai cagar budaya Kota Surabaya. Dalam penelitian terdahulu, desain pada kaos yang memunculkan visual tentang kondisi daerah tertentu telah menjadi tanda realitas sosial suatu daerah (Dadan 2019). Cagar budaya Kota Surabaya, seperti tugu serta bangunan bersejarah yang dimunculkan pada desain Kaos Cak Cuk merepresentasikan realitas sosial budaya yang ada di Kota Surabaya dan merujuk pada kondisi Kota Surabaya yang masih melestarikan peninggalan sejarah.



Gambar 4. Desain Kaos Cak Cuk Tempat Ikonis di Kota Surabaya
(Sumber: Dokumentasi Peneliti/Wildan & Irsyad 2019).

Jenama Cak Cuk telah mengalami banyak proses kreativitas seperti memodifikasi desain dengan perpaduan desain yang akrab dengan masyarakat umum. Contohnya desain kaos berwarna biru yang memunculkan teks visual hasil modifikasi dari desain logo film yang sangat terkenal, yaitu *Finding Nemo* dengan tambahan tulisan Disney dan Pixar. Makna warna biru pada kaos itu melambangkan kegemilangan, surga, dan kesetiaan. Warna biru sebenarnya merupakan ungkapan dan memiliki keterkaitan dengan teks verbal yang ada pada desain kaos. Teks verbal pada desain merupakan modifikasi teks verbal pada logo film *Finding Nemo*. Teks verbal yang terdapat pada desain Cak Cuk adalah *Ditutup! Buyar, Finding Doly 2014*. Teks verbal itu mengacu pada sebuah tempat yang terkenal di Kota Surabaya, yaitu Doly.

Makna denotatif kaos berwarna biru dengan teks verbal *Ditutup! Buyar, Finding Doly 2014* berhubungan dengan nama tempat di Kota Surabaya, yaitu Doly yang merupakan sebuah kampung di daerah Jarak, Pasar Kembang di Kota Surabaya. Doly memiliki denotasi sebagai kampung yang sama dengan kampung pada umumnya. Apabila dilihat lebih jauh, di sekitar Doly juga dihuni oleh beberapa keluarga, mulai dari anak-anak hingga dewasa dengan beragam mata pencaharian, seperti bisnis warung, tukang parkir, hingga tukang

becak. Doly tak tampak aneh apabila dilihat makna denotatifnya. Makna denotatif teks visual desain itu hampir sama dengan desain logo film *Finding Nemo*, sebuah film animasi yang bercerita tentang tokoh ikan.

Makna konotatif desain Cak Cuk tempat ikonik Kota Surabaya itu berhubungan dengan pemahaman masyarakat setempat tentang sebuah kawasan lokalisasi pelacuran yang sangat terkenal di Kota Surabaya yang bernama Dolly, dan tulisan *Ditutup! Buyar* berkorelasi dengan peristiwa penutupan secara permanen tempat prostitusi terbesar di Asia Tenggara itu oleh wali kota yang menjabat pada 2014, yaitu Drs. Tri Rismaharini. Penutupan itu disebabkan oleh penyalahgunaan Perda Nomor 7 Tahun 1999 mengenai larangan bangunan dijadikan tempat asusila. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, Doly sebagai tempat pelanggaran moral bertentangan dengan aturan agama.



Gambar 5. Desain Kaos Cak Cuk Tempat Ikonik di Kota Surabaya.
(Sumber: Dokumentasi Peneliti/Wildan & Irsyad 2019).

Kaos merah dengan teks visual pohon dan binatang kemudian diikuti dengan teks verbal *Kebun Binatang Surabaya*, *Soerabaiasche Planten En Dierentuin Anno 1916*, *Zoorabaya*, *Ayo Konco Madakno Rupo* berdenotasi tempat wisata yang berupa kebun binatang. Masyarakat dapat melihat secara langsung berbagai jenis hewan di sana. Kebun binatang terdapat di berbagai daerah di belahan dunia mana pun. Sebagai tempat wisata, kebun binatang juga kerap dikaitkan dengan upaya pencegahan kepunahan jenis hewan tertentu atau sebagai tempat rehabilitasi hewan sehingga simbol kebun binatang selalu diwarnai dengan warna hijau kelestarian alam dan juga digambarkan beberapa jenis hewan sebagai ikonnya. Makna denotatif *Ayo Konco madakno Rupo* atau dalam bahasa Indonesia *ayo teman menyamakan wajah* berdenotasi ajakan untuk menyamakan wajah orang dengan wajah hewan di kebun binatang.

Desain kaos Cak Cuk yang berwarna merah dengan teks verbal tersebut memiliki konotasi, berdasarkan pengetahuan masyarakat Kota Surabaya, tempat untuk melakukan aktivitas rekreasi atau wisata. Tempat itu telah ada sejak masa penjajahan dan dibangun atas izin dari pemerintahan Belanda. Oleh karena itu, pada teks verbal desain kaos dimunculkan bahasa Belanda yang dalam bahasa Indonesia *kebum botani dan binatang Surabaya 1916*. *Zoorabaya* terdiri atas dua unsur bahasa yaitu *zoo* dan *rabaya*. *Zoo* berarti 'kebun binatang' dan imbuhan *rabaya* berarti 'kebun binatang yang ada di Kota Surabaya'. Teks verbal *Ayo Konco Madakno Rupo* berkonotasi ajakan untuk mengunjungi kebun binatang Suroboyo.

Dari hasil analisis tersebut, makna visual pada desain kaos Cak Cuk yang berupa bangunan, cagar budaya, serta tempat ikonis Kota Surabaya menggambarkan bahwa Kota Surabaya masih menyimpan dan melestarikan bangunan peninggalan kolonial. Kota Surabaya identik dengan cerita penjajah yang sempat menguasai Kota Surabaya dan membangun beberapa tempat yang bercorak kebelandaan atau ciri khas bangunan Eropa. Jenama Cak Cuk ingin memunculkan identitas Kota Surabaya melalui desain bangunan peninggalan kolonial melalui produknya sehingga menampilkan sebuah tanda tentang objek yang menjadi ciri khas Kota Surabaya.

3.3 Bahasa Pergaulan Masyarakat Kota Surabaya dalam Jenama Cak Cuk



Gambar 6. Desain Cak Cuk Bahasa Umpatan Khas Kota Surabaya
(Sumber: Dokumentasi Peneliti/Wildan & Irsyad 2019)

Pada desain *tote bag* produk Cak Cuk, tercantum teks verbal *Diancuk! I Love Indonesia*. Teks visual itu menyerupai produk urban *streetwear* bertuliskan *Damn! I Love Indonesia* yang sudah dimodifikasi. Makna denotatif dari desain *tote bag* yang bertuliskan *Diancuk! I Love Surabaya* dengan gambar bendera merah putih dan kalimat *I love Surabaya* yang berasal dari bahasa Inggris adalah ungkapan rasa bangga terhadap suatu daerah. Lalu bendera merah putih memiliki makna denotatif bendera kebangsaan negara Indonesia.

Berikut pembahasan tentang makna konotatif dari desain *tote bag* yang bertuliskan *Diancuk! I Love Surabaya* dengan bendera merahputih, berdasarkan pemahaman masyarakat Kota Surabaya. *Diancuk* merupakan kata umpatan yang menjadi bahasa kebiasaan masyarakat Surabaya yang memiliki fungsi ganda. Kata *diancuk* merujuk pada kata aslinya yaitu *jancok* yang bukan hanya kata umpatan yang bermakna negatif, tetapi juga memiliki makna positif apabila diucapkan dengan penggunaan emosi yang tepat. Kalimat *I Love Surabaya* memiliki makna konotatif yang merujuk pada sifat masyarakat Kota Surabaya yang sangat menghargai dan mencintai kotanya. Wujud kecintaan masyarakat ditandai dengan banyak hal di antaranya dengan melestarikan budaya tradisional serta menghargai bahasa daerah setempat. Jenama Cak Cuk sendiri merupakan jenama lokal asli Kota Surabaya yang juga merupakan wujud dari kecintaan masyarakat pada kotanya. Apabila dilihat dari segi kondisi ekonomi, sosial, dan budaya, Jenama Cak Cuk

sangat mendukung kemajuan Kota Surabaya. Bendera merah putih pada desain itu memiliki makna konotatif 'semangat masyarakat Kota Surabaya dalam menunjukkan rasa cinta tanah air dan nasionalisme'.



Gambar 7. Desain Cak Cuk Bahasa Umpatan Khas Kota Surabaya
(Sumber: Dokumentasi Peneliti/Wildan & Irsyad 2019).

Desain perkembangan manusia dengan teks verbal *Misuhvolution* ditambah teks visual yang menyerupai gambar evolusi manusia pada teori evolusi Charles Darwin. Namun, pada kaos Cak Cuk itu ditambah tulisan *a-ul*, *a-uk!*, *antuk!*, *ancuk!*, *jancuk!*, *mbokne ancuk!* serta teks verbal *bahkan bayi pun bisa misuh di Surabaya*. Desain perkembangan manusia mulai dari bayi, balita, anak-anak, remaja, hingga dewasa bermakna bahwa setiap manusia pasti mengalami proses perkembangan diri dari tidak bisa berbicara hingga fasih berbicara seperti rumusan pada teori evolusi biologis yang dikemukakan oleh Charles Darwin, yaitu dari mahluk biasa menuju mahluk yang lebih sempurna.

Desain itu memiliki makna konotatif bahasa umpatan yang telah menjadi sebuah kebiasaan masyarakat Kota Surabaya. Ungkapan umpatan itu sering diucapkan oleh masyarakat Kota Surabaya mulai dari anak-anak hingga dewasa. Ungkapan umpatan telah ada sejak zaman penjajahan Belanda dan sampai saat ini masih sering digunakan sebagai ekspresi untuk mengungkapkan rasa kecewa, marah, atau sebaliknya, mengungkapkan persahabatan dan kedekatan individu ke individu yang lain.

Kotak kuning di kaos itu bertulisan beberapa kata umpatan yang terkenal di Surabaya: *jancuk*, *mbokne ancuk*, *asu matamu suwek*, *jancuk jaran*, *kirik*, *matamu picek*, *nggatheli*, *diamput*, *cangkemmu bosok*, *nyocot ae* dan di bawahnya ada tulisan *National Mesographic* yang merupakan modifikasi dari teks visual yang serupa dengan desain saluran televisi bernama National Geographic.

Desain tersebut merupakan modifikasi dari saluran televisi National Geographic yang berkonotasi bahwa masyarakat Surabaya adalah masyarakat majemuk dengan berbagai ras dan suku yang dapat dilihat dari kata-kata umpatan yang sering digunakan. Umpatan itu menjadi ciri khas bahasa *Suroboyoan* yang terkenal dengan nadanya yang kasar serta penggunaan istilah tabu.

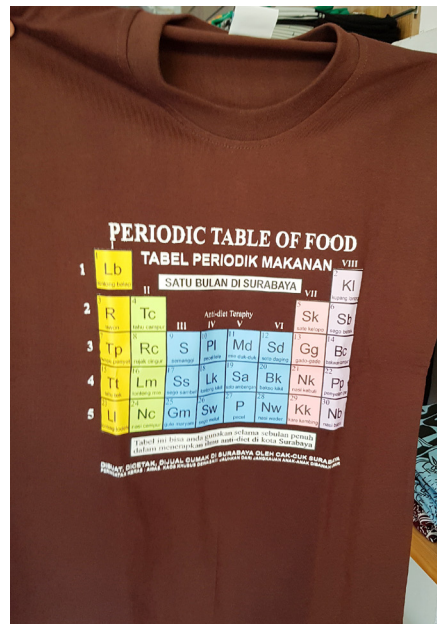


Gambar 8. Desain Cak Cuk Bahasa Umpatan Khas Kota Surabaya
(Sumber: Dokumentasi Peneliti/Wildan & Irsyad 2019).

Pada tahap mitos, desain kaos di atas merepresentasikan kondisi budaya masyarakat Surabaya dalam penggunaan ungkapan umpatan yang beragam. Berdasarkan penelusuran sejarah, ungkapan umpatan yang paling sering diujarkan oleh orang Surabaya adalah kata *Jancok*. Kata itu muncul dengan berbagai versi, yaitu bahasa Arab, cerita penjajahan Belanda, penjajahan Jepang, dan versi tank Belanda. Menurut cerita versi Arab, kata *Jancok* berasal dari bahasa Arab *da'suk* (tinggalkanlah kejelekan atau keburukan). Menurut versi penjajahan Belanda, kata *Jancok* berasal dari bahasa Belanda *yantye ook* (kamu juga). Menurut versi cerita penjajahan Jepang, kata *Jancok* berasal dari bahasa Jepang *sudanco* (ayo cepat). Sementara itu, menurut cerita tank Belanda, kata *Jancok* berasal dari kata *jan cox*, nama dari seorang pelukis Belanda yang wajahnya tergambar dalam tank Belanda. Dari beberapa versi itu, kata *Jancok* sebenarnya adalah gambaran tentang masyarakat Kota Surabaya yang keras karena kata tersebut sebenarnya merupakan ungkapan kekecewaan dan perlawanan terhadap penjajah. Namun, dalam perkembangannya, kata itu digunakan untuk menunjukkan rasa emosi kepada lawan bicara ketika terjadi hal-hal yang kurang berkenan. Akan tetapi, kata tersebut juga sering digunakan oleh masyarakat Kota Surabaya sebagai tanda atau rasa persaudaraan. Orang yang telah lama saling mengenal biasanya menggunakan kata itu untuk bahan lelucon atau kata sapaan.

Dari pembahasan tersebut, makna visual pada desain kaos Cak Cuk dengan umpatan khas Kota Surabaya menggambarkan fakta bahwa Kota Surabaya identik dengan masyarakat Kota Surabaya yang sering menggunakan ungkapan umpatan dengan nada yang kasar serta diikuti dengan istilah-istilah tabu; itulah identitas tersendiri bagi masyarakat Kota Surabaya. Kata itu merupakan representasi identitas masyarakat Surabaya yang keras, tetapi penuh rasa persaudaraan. Jenama Cak Cuk ingin menyampaikan identitas Kota Surabaya melalui desain berungkapan umpatan yang sering digunakan oleh masyarakat terutama anak muda di Kota Surabaya. Jenama Cak Cuk menampilkan sebuah realitas bahasa yang menjadi ciri khas Kota Surabaya ke dalam produk budaya kontemporer. Dengan demikian, desain Cak Cuk memuat tanda-tanda yang memiliki makna untuk disampaikan kepada konsumennya tentang identitas Kota Surabaya.

3.4 Makanan Masyarakat Kota Surabaya dalam Jenama Cak Cuk



Gambar 9. Desain Cak Cuk *Periodic Table of Food* (Sumber: Dokumentasi Peneliti/ Wildan & Irsyad 2019).

Makna denotatif gambar *Periodic Table of Food* dengan teks verbal macam-macam jenis makanan dan *Tabel ini bisa anda gunakan sebulan penuh dalam menerapkan ilmu anti diet di kota Surabaya*, merupakan modifikasi dari bentuk tabel periodik kimia. Tabel aslinya menjelaskan unsur kimia. Tabel periodik kimia menampilkan secara terperinci unsur kimia berdasarkan nomor atom, konfigurasi elektron, atau sifat kimianya. Akan tetapi, tabel itu telah dimodifikasi untuk menampilkan jenis-jenis makanan tradisional dan makanan yang lazim dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia.

Tabel periodik tersebut memuat macam-macam makanan: Lontong Balap, Kupang Lontong, Rawon, Tahu Campur, Sate Kelopo, Segu Bebek, Tempe Penyet, Rujak Cingur, Semanggi, Pecel Lele, Mie Duk-Duk, Soto Daging, Gado-Gado, Bakwan Campur, Tahu Tek, Lontong Mie, Segu Sambel, Lontong Kikil, Soto Ambengan, Bakso Kikil, Nasi Kebuli, Penyetan Pe, Lontong Lodeh, Nasi Campur, Gule Maryam, Segu Welut, Pecel, Nasi Wader, Kare Kambing, dan Nasi Babat. Makna konotatif merujuk pada pengetahuan masyarakat setempat tentang berbagai makanan di Kota Surabaya yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat Kota Surabaya. Masyarakat Surabaya saat ini sangat beragam. Oleh karena itu, terdapat pula berbagai makanan mulai dari makanan asli hingga makanan peranakan dari budaya lain. Kini, makanan itu mudah didapat di warung, restoran, hingga tempat wisata kuliner di Kota Surabaya. Industri kuliner kini sedang berkembang pesat di Kota Surabaya. Dalam sebuah penelitian, pengembangan bisnis kuliner menjadi salah satu alternatif untuk mengurangi pengangguran di Kota Surabaya (Wispondono 2011). Masyarakat Kota Surabaya banyak yang terjun dalam industri kuliner, terutama usaha kecil oleh pedagang kaki lima. Mereka ingin meraup untung karena melihat antusias masyarakat Kota Surabaya dalam hal makanan. Pemerintah pun mendukung industri kuliner dengan menyelenggarakan acara kuliner bertema Kota Surabaya dengan nama Tjangkroeang Djoeang. Acara tersebut merupakan persembahan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya yang diadakan setiap malam Minggu dan malam Senin di area Tugu Pahlawan Kota Surabaya. Dalam acara itu pedagang kaki lima dilibatkan untuk menjual berbagai macam makanan khas Kota Surabaya dan daerah lain.

Desain kaos tabel periodik Cak Cuk itu memiliki makna mitos berdasarkan sejarah dan fakta di lapangan. Jumlah makanan tradisional yang berasal dari Kota Surabaya menunjukkan bahwa masyarakat Kota Surabaya banyak yang berbisnis kuliner sejak dahulu kala dengan menghadirkan makanan tradisional sebagai andalannya. Desain itu dimetabahasakan sebagai sarana merepresentasikan sisi lain dari Kota Surabaya, yaitu aktif dalam industri kuliner. Desain itu memiliki makna visual sebagai gambaran masyarakat Kota Surabaya yang masih giat memproduksi makanan khas Kota Surabaya, seperti lontong balap dan rujak cingur, serta menunjukkan bahwa masyarakat Kota Surabaya masih konsumtif dan apresiatif terhadap makanan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan pengklasifikasian desain kaos Cak Cuk, dapat disimpulkan bahwa desain jenama Cak Cuk memiliki makna visualitas tentang identitas Kota Surabaya. Teks visual dan teks verbal pada desain itu merupakan ungkapan tentang kondisi Kota Surabaya baik dari budaya, sejarah, maupun kondisi sosial masyarakatnya. Tokoh pahlawan Bung Tomo merupakan sebuah tanda bahwa Kota Surabaya identik dengan sejarah kepahlawanan yang selalu diingat oleh sebagian besar masyarakat Kota Surabaya. Makna visual dalam desain Cak Cuk berkaitan dengan fakta Kota Surabaya yang melestarikan peninggalan kolonialisme yang berupa bangunan bersejarah yang dialihfungsikan sebagai cagar budaya Kota Surabaya. Desain Cak Cuk juga merepresentasikan ciri khas masyarakat Kota Surabaya yang keras dan penuh persaudaraan yang ditandai dengan penggunaan ungkapan umpatan. Selain itu, desain Cak Cuk juga memiliki makna visual tentang makanan khas yang masih sering diapresiasi dan dikonsumsi oleh masyarakat Kota Surabaya, bahkan kebanyakan anggota masyarakat Surabaya juga berbisnis makanan tradisional.

DAFTAR REFERENSI

- Adhitama, Agus Surya. 2013. Ilokusi dalam Wacana Kaos Oblong Joger. Sebuah Analisis Pragmatik. *Humanis* vol 4, no.1 [juli]. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/sastra/article/view/5954>
- Barker, C. 2014. *Kamus Kajian Budaya*. Terj. oleh B. Hendar Putranto. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Barthes, Roland. 1967. *The Fashion System*. London, England: University of California Press, Ltd.
- _____. 2010. *Imaji, Musik, Teks*. Terj. oleh A. Hartono. Yogyakarta: Jalasutra.
- _____. 2011. *Mitologi*. Terj. oleh Nurhadi & A. Sihabul Millah. Bantul: Kreasi Wacana
- _____. 2012. *Elemen-elemen Semiologi*. Terj. oleh Kahfie Nazaruddin. Yogyakarta: Jalasutra
- Berger, A. A. 2010. *Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*. Terj. oleh M. Dwi M. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Chandra, C. J., Karsam, & Yursima, D. I. Y. 2017. Perancangan Buku Ilustrasi dengan Teknik Aquarelle sebagai Upaya Mengenalkan Tokoh Pahlawan 10 November kepada Siswa SMP di Surabaya. *Journal Art Nouveau* 6, no. 1. <https://jurnal.stikom.edu/index.php/ArtNouveau/article/download/2023/628>
- Dadan, Sulyana. 2019. Representasi Perubahan Sosial dalam Desain Kaus Oblong Banyumasan. *Sosiohumaniora* 21, no. 1 [Maret]. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i1.14602>.
- Hall, Stuart, Hobson, Dorothy, Lowe, Andrew, & Willis, Paul. 2017. *Budaya, Media, Bahasa*. Terj. oleh R. Saleh. Yogyakarta: Jalasutra.
- Harahap, Atiqah Khaneef. 2013. Representasi Karakter Masyarakat Kota Medan dalam Desain Kaus Tauko Medan: Analisis Semiotika tentang Representasi Karakter Masyarakat Kota Medan dalam Desain Kaus

- Tauko Medan. *Jurnal Ilmu Komunikasi FLOW* 2, no. 1. <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/flow/article/view/2806>
- Kiswanto, Yudi. 2019. Fenomena Makna pada Tulisan di Kaos Oblong Remaja Sampang. *Jurnal Komposisi* 4, no. 1. http://ejournal.unira.ac.id/index.php/jurnal_komposisi/article/view/585
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Najiyah, S. F. 2019. Sejarah Penutup Kepala di Indonesia: Studi Kasus Pergeseran Makna Tanda Peci Hitam (1908-1949). *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya* vol. 1. http://digilib.uinsby.ac.id/32680/1/Siti%20Firqa%20Najiyah_A02215017.pdf
- Nova, J., Uska, I., & Zai, N. 2012. Pahlawan Minangkabau dalam Seni Lukis. *Serupa The Journal of Art Education* 1, no. 1. <https://scholar.google.com/scholar?q=%2Bintitle%3A%22PAHLAWAN+MINANGKABAU+DALAM+SENI+LUKIS%22>
- Sugihartati, R. 2017. *Budaya Populer Dan Subkultur Anak Muda: Antara Resistensi dan Hegemoni Kapitalisme di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Wahyuningtyas, Sri. 2017. Kritik Sosial dalam Teks Produk Dagadu Djokdja: Sebuah Kajian Semiotika. *Sosiohumaniora: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora* 1, no. 1. <http://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/sosio/article/view/485>
- Wispondono, R. M. M. 2011. Upaya Mengurangi Pengangguran Melalui Peningkatan Wisata Kuliner: Studi pada Pedagang Kali Lima di Surabaya. *Proceeding Seminar Competitive Advantage* 1, no. 1. <http://www.journal.unipdu.ac.id/index.php/seminas/article/view/28>